网络短视频传播中的伦理问题与自律机制的建构

摘　要：自我国政府对短视频平台依法进行治理后，一些明显违背伦理道德、法律法规的视频已较少出现，但短视频平台仍有伦理失范内容：危险动作类视频、剽窃他人作品的视频、软色情视频、暴露他人隐私视频。这些伦理失范问题的解决，需要借助于平台运营商、内容生产者以及用户共同参与的伦理自律机制，即平台运营商需要建立短视频社区伦理规则、优化普通用户投诉——内容生产者申诉——运营商处理的程序、设立内容评定委员会等；视频内容生产者应当阅读与践行网络伦理规则与网络法律规定，对特定的发布主题保持道德敏感性，树立对自己发布的视频内容负责的态度。

关键词：短视频；传播伦理；道德；自律机制；投诉程序

中图分类号：G20　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2019）01-034-04　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.01.003

文 / 牛静 [1]　徐天宜 [2]

随着移动互联网的发展，短小精悍的视频短片满足了人们移动化、碎片化的信息需求，短视频平台因此备受追捧。2018 年 6 月 30 日，我国网民规模达 8.02 亿，其中 74.1% 的网民使用短视频应用。[1] 短视频综合平台与短视频聚合平台活跃用户规模分别达到 4.72 亿人和 1.61 亿人。[2] 大规模的用户量促使着视频内容的多样化，短视频平台上时常有违背伦理道德和法律法规的内容。

目前，受到广泛关注的短视频平台有娱乐型和新闻资讯型。娱乐型的涵盖范围较广，快手、抖音、西瓜小视频、微视等热门短视频平台均属于娱乐型；梨视频、凤凰视频等传播新闻资讯的短视频平台属于新闻资讯型。[3] 短视频平台上的内容来源于两个方面，其一是以用户生产与上传为主，提供此类内容的以娱乐型短视频平台居多；其二是以短视频平台运营商生产与上传为主，提供此类内容的以新闻资讯类短视频平台居多。对于后者，由于平台运营商本身是内容生产者与把关者，对内容有较大的控制权，会考虑到所生产的内容要符合法律、道德要求这一因素，所以较少产生伦理失范问题。而娱乐性短视频聚合平台上的失范性内容较常出现。

针对短视频内容触犯法律、道德底线的现象，我国在2018年进行了专门治理，国家网信办依据《网络安全法》《互联网信息服务管理办法》《互联网直播服务管理规定》等法律法规约谈快手、抖音等短视频平台，依法责令下架、整改。据国家网信办公布的最新数据，继 2018 年 7 月份我国六部门开展网络短视频集中整治后，共封禁违规账号 113 万余个，查删拦截有害短视频 810 万条。[4] 经过一轮严管后，我国短视频的质量有了极大改善，一些明显违背伦理道德、法律法规的视频内容，如淫秽色情、暴力、血腥等内容已较少出现。但是，政府治理更多的是针对有违法律的内容，那些没有触犯法律、但却有悖良好道德习俗、有悖普遍共识准则的短视频依然存在。本文要探讨的是此类伦理失范的视频，并提出相应的治理之策。

1. 网络短视频传播中的伦理失范类型

为了解 2018 年政府监管之后我国短视频内容中的伦理失范现象，笔者于 2018 年 8 月 25 日至 9 月 25 日，以快手、抖音、西瓜视频、火山小视频、美拍为观察对象，观看点击量超过 1 万的短视频并进行记录，归纳发现短视频平台还存在的伦理失范现象主要有以下几类。

其一，存在着危险动作类视频。在 2017 年 11 月，中国高空极限运动者吴永宁，在一次楼顶边缘徒手做引体向上的视频拍摄过程中坠亡，此事件使短视频平台受到了诸多批评，并引发了短视频平台的主动自查与纠偏。然而，目前平台上仍可以看到类似的危险动作类视频，如有家长对孩童进行翻转的内容、没有安全措施的耍刀表演、边骑摩托车边做危险动作的视频等。快手平台上一名 ID 为小厨某某的用户，经常发布自己在餐馆耍刀的视频，视频时长一般在 15-20 秒之间，整个过程没有采取任何安全防范措施。至 2018 年 9 月 25 日该 ID 在快手上拥有 17.3 万粉丝，耍刀视频的平均浏览量在 5 万以上，最高浏览量高达 24.6 万，平均点赞量在 5000 左右。有网友评论夸赞其技术精湛，但有人提醒大家“危险动作请勿模仿”。危险动作类视频不仅威胁到表演者的生命安全，还容易引起他人、特别是青少年的模仿。

其二，存在着剽窃他人内容的视频。虽然短视频以“播放时间短”为主要特点，但再短小的视频也受到著作权法保护。“思想和表达二分法”是著作权法中的重要原则，即用户可以使用他人的创意、观点、思想等，但未经著作权人的许可，不可将他人的视频内容直接据为己有、

基金项目：本文系中央高校基本科研业务费资助的华中科技大学人文社科项目“新媒体环境下传播伦理的困境、悖论与建构”的研究成果

进行传播。因为诉讼是件费时间费精力的事，所以在现实中短视频的创作者很少起诉剽窃者，这使直接盗用他人视频的行为较少受到制裁，剽窃他人的精彩视频成为一些用户获得流量的常用手段。如西瓜视频中的“iPanda熊猫频道”账号独家发布的成都大熊猫繁育研究基地的视频时常被其他用户窃取并发布在其他账号中。剽窍他人视频内容，不仅是一种违反法律的行为，也是一种有违道德的行为，同时也使各平台之间、平台内部的视频内容同质化加剧。

其三、存在着软色情视频。目前，短视频很少具体地展现性行为或露骨地宣扬性开放、性堕落、猥亵等内容。与淫秽色情相关的、使青少年产生不良意识、使普通人厌恶或难以容忍的内容在短视频平台上也很少出现。但据笔者观察，短视频平台上有一定数量的软色情内容，即较为隐晦地传递性信息、性暗示。比如视频虽然没有露骨内容，但其中的人物穿着极少或暴露较多且存在性暗示。笔者观察到西瓜视频有一位ID为张某的用户进行日常发布，其视频内容以自拍为主，视频中女子穿着暴露，故意袒胸露背、隐私部位仅用少量马赛克处理。由于短视频平台没有对用户进行年龄限制或年龄区分，所以，包括青少年在内的用户都可能看到这些比较低级庸俗的软色情视频，会对青少年身心健康带来不利影响。

其四，存在着未经许可拍摄他人的视频。未经他人的许可将其形象、信息等在短视频中公开，是对他人隐私权的侵犯，而短视频用户在拍摄时有意或无意地忽视了这一点。如短视频平台上有一种“整蛊路人”的视频，拍摄者提前设好机位，另一位“主演”随机找路人搭讪，搭讪内容往往出其不意，其最终目的是为了整蛊路人，这类视频以拍下路人最真实的反应为卖点，但很少有拍摄者询问这些被拍到的路人是否愿意将这段视频上传至短视频平台。这种是短视频制作者未经过他人同意而有意地拍摄他人。还有一种是拍摄者无意地将他人不愿意公开的信息、形象等进行公开。如一位伴娘在婚礼进行时偷偷抹泪的一幕被人拍下，并被配文“谁懂她的心”，从而给这位伴娘的生活带来了困扰。由于短视频中的各种细节都暴露在用户眼前，一旦某个视频引起关注，视频中的人物很可能会被“人肉搜索”。[5] 对于拍摄他人的这类视频，短视频平台往往很难核实被拍摄者是否知情，也就无法有合理的理由采取删除措施。

2. 短视频传播中伦理自律机制的建构

短视频传播中的伦理失范问题，现在主要是依靠政府治理，如政府发布强制性禁令、约谈平台管理者、责令短期下架整改甚至关停相关平台等，这种以政府主导的治理方法有一定的威慑力并起到了作用，但它属于作为补救性措施的事后治理，在对相应问题进行事后治理时，伦理失范问题对社会和个人的危害已经形成。在政府采取治理手段后，平台才相应跟进管理，而平台自身则缺乏具体规范。[6] 所以，短视频传播伦理失范问题的解决，更需要建构伦理自律机制，在平台运营管理、用户生产视频、受众观看的日常流程中对有违伦理道德的短视频进行规制。具体说来，需要短视频平台运营商主动建立短视频社区伦理政策、短视频生产者提升传播伦理意识。

2.1 平台运营商：主动建立短视频社区伦理政策

短视频平台运营商更多地是为用户提供一个视频聚合、分享平台，它自己并不生产大量的视频内容，但这并不意味着基于视频而获利的运营商可以对平台上的内容放任不管。平台运营商需要担负起建设良善、美好网络生态环境的责任。

其一，平台运营商需要建立短视频社区伦理规则，从而告诉视频内容生产者的行为界线。如YouTube在“政策与安全”页面开头就写到，“为确保每个人都能获得有趣又愉快的YouTube体验，最好的方式就是希望您遵循以下这些准则。”[7] 随后详细向使用者介绍了发布视频时应当注意的内容，包括涉及“骚扰和网络欺凌内容、仇恨言论、威胁性内容、枪支内容、儿童安全、裸露和色情内容、暴力或写实性内容、危害性或危险性内容、垃圾内容、欺骗行为”等，并针对各类内容进行了详细的说明，如对与裸露和色情内容有关的内容施加年龄限制时会考虑该视频“是否以胸部、臀部或者生殖器（有遮盖或无遮盖）作为视频的焦点；视频的背景是否具有性暗示倾向，例如通常与性行为有关联的位置，比如床；展现的人物是否在摆姿势以引起观看者的性联想；视频中所用语言是否低俗或淫秽；视频中的人物行为是否在暗示愿意进行性行为，例如接吻、挑逗性地跳舞、爱抚；如果人物穿着很少，就要看衣服是否适合在公共场合穿着，例如泳衣与内衣的区别。”[8] 短视频平台希望视频内容生产者可以遵守平台社区伦理要求，所以，伦理规则文本应当是细致的、考虑全面的，而并非过于简洁、抽象的条文；在必要时，还可以在伦理规则文本中阐释进行这样限定的理由，以方便阅读者理解。

其二，建立、优化普通用户投诉——内容生产者申诉——运营商处理的程序。短视频平台应当为用户提供“投诉不当内容”的功能，从而发挥用户的监督功能，督促内容生产者进行改进。普通用户对视频的观感并不一致，若有用户觉得某些内容不当，可以使用“投诉”功能，在短视频平台上提交投诉；如果内容生产者认为自己的内容并未违反法律和伦理，那么可以在自己的帐号中向运营商提出申诉。如当个人的隐私未经许可被拍摄、个人感觉到自己的隐私被曝光或感觉到不安全时，当著作权人发现自己的作品被盗用时，当事人可以联系上传者，要求其移除相应内容，但如果这一办法行不通，

就可以通过“投诉“程序，请求运营商移除相关内容。

另外，运营商应随时对违背伦理规则的视频进行处理。平台运营商对违规用户进行处理的方式有：将视频设定为仅发布者可见、警告、移除视频、限制发布、注销帐号等。运营商需要注意的是，基于自查或用户投诉而进行的处理，应当是全年无休地进行，运营商应设有专人以负责任的态度仔细审核被举报的内容，从而判断它们是否违反了伦理规则。同时，在判定是否违规时，应当进行全面的考量，如判断危害性或危险性的内容是否可以播放时，应当考虑“涉及的行为是否会导致严重的伤害或死亡、实施行为的个人是否受到过专业培训，并采取了一切必要的预防措施防止受到伤害、这些行为是否会被未成年人轻易模仿、视频内容是否会用于实施严重的暴力活动、上传的视频本质上是否属于教育、纪录、科学或艺术用途”等。[9]

其三，平台运营商可以考虑设立内容评定委员会。对于是否有违伦理规则，并非所有的视频都可以明确地被归于“是”或“否”，可能会存在着相当数量的视频，需要在“公众兴趣”“表达自由”与“公共利益”之间进行考量，这样的判定工作应当由专业人士来讨论、来决定。如快手于 2018 年成立了“快手专家委员会”便是一个很好的例子。所以，可以考虑设立由专家、学者、媒体代表等人士组成内容评定委员会，对于一些新出现的有伦理争议的内容进行评议、撰写建议等，从而为平台处理类似的问题提供参考。

2.2 视频内容生产者：培养与提升传播伦理意识

当我们提及网络伦理时，一种惯性思维认为这是网络运营商的事，其实不然。在用户生产内容的时代，网络伦理更是内容生产者、网络传播者需要认真对待的问题。唯有提高视频内容生产者的伦理意识与道德责任感，才可以从源头上提升短视频内容的质量。

其一，视频内容生产者应当阅读与践行网络伦理规则与网络法律规定，对特定的发布主题保持道德敏感性。如当涉及未成年人时，视频内容生产者应当注意“在请未成年人参与您的视频拍摄之前，应取得其家长或法定监护人的同意；确保他们参与您的视频拍摄纯属自愿行为；切勿让他们置身于可能会导致受伤的有危害性的环境中”等。出于尊重儿童和青少年未来生活的需要，应当尊重未成年人的隐私权，对涉及儿童和青少年的问题给予特殊对待。[10] 在涉及与他人有关的拍摄时，坚持不伤害原则。[11] 当涉及著作权问题时，视频内容生产者应当阅读“著作权”或“版权”说明，了解受著作权保护的作品类型、了解盗用他人作品的道德与法律后果，从而自觉地约束自己的行为。

其二，视频内容生产者要树立起对自己发布的视频内容负责的态度。若视频内容生产者发布的内容有违法律法规，将会受到法律的制裁；若有违社区伦理规则，将会受到来自运营商的处罚。不当视频的发布，也有可能使自己陷入尴尬的境地。YouTube 网站提出了“祖母规则”，以提醒视频内容生产者谨慎发布内容。“祖母规则”是指内容生产者在发布视频时应当自我询问“您愿不愿意您的祖父母、老板、未来的雇主、父母或者未来的姻亲看到您正在上传的内容？”YouTube 同时提醒，“如果不愿意的话，那么发布这些内容很可能并不是一个好主意。视频一旦被发布，您永远不知道谁可能会看到它。如果它被复制或转贴，您可能无法移除所有副本。”[12] 所以，每一位视频内容生产者，在发布内容前都需要慎重考虑自己在网络上的形象，避免发布有损自己声誉或安全、避免发布那些致使自己受到法律或道德惩罚的内容。

结语

经过政府针对短视频平台的一系统专项治理之后，平台上的视频内容已有较大的改善。目前，存在有伦理问题的视频主要有危险动作类视频、剽窃他人作品的视频、软色情视频、暴露他人隐私视频，它们都处于灰色地带。对于这样的伦理失范问题，单靠政府的事后治理是不够的，需要建立起系统的、可行的自律机制，在这一自律机制中，需要视频平台运营商、视频内容生产者、普通用户等的共同参与。需要强调的是，在这一自律机制中，视频平台运营商的主动性极为重要。因为，无论是普通网民的投诉，还是视频内容生产者的发布规则，都离不开平台运营商的自律性支持。随着运营商提升伦理自律意识、建构伦理自律机制、处理不当内容投诉，短视频平台上的视频内容的伦理正当性提升，运营商触犯法律的风险就会降低，用户进行视频创作的空间也可以进一步地扩展。媒

参考文献

[1] 中国互联网络信息中心：《第 42 次 < 中国互联网络发展状况统计报告 >》，2018 年 8 月 20 日，http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201808/t20180820_70488.htm。

[2] 易观：《中国短视频市场商业化发展专题分析 2018》，2018 年 8 月 15 日，https://www.analysys.cn/article/analysis/detail/20018798。

[3] 方欣：《移动互联网环境下短视频 App 的发展现状及问题研究》[J]，《东南传播》，2018 年第 7 期，第 117 页。

[4]《国家网信办：要让网络短视频充满正能量》，中国记协网，2018 年 8 月 24 日，http://www.xinhuanet.com/zgjx/2018-08/24/c_137414850.htm。

[5] 程前、沈丹妮、夏盛妍：《移动短视频发展乱象及治理》

（下转第98页）